Deutscher Bundestag **Drucksache 15/2795**

15. Wahlperiode 26. 03. 2004

Beschlussempfehlung und Bericht

des Rechtsausschusses (6. Ausschuss)

zu dem Gesetzentwurf der Bundesregierung
– Drucksache 15/1487 –

Entwurf eines Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

A. Problem

Das geltende Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist modernisierungsbedürftig. Dies haben rechtstatsächliche Untersuchungen gezeigt, die von einer Arbeitsgruppe beim Bundesministerium der Justiz bestätigt wurden. Auch unter europapolitischen Gesichtspunkten strebt die Bundesregierung eine Liberalisierung des deutschen Lauterkeitsrecht an. Schließlich soll der Verbraucher den ihm gebührenden Stellenwert in einem modernen Lauterkeitsrecht erhalten.

B. Lösung

Das geltende Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb soll insgesamt neu gefasst werden. Verbraucherinnen und Verbraucher werden dabei als gleichberechtigte Partner in den Schutzbereich des Gesetzes aufgenommen. Durch den Wegfall überholter Werbebeschränkungen, wie zum Beispiel der starren Regelungen über Schlussverkäufe, wird das Lauterkeitsrecht an die Erfordernisse eines flexiblen Wirtschaftsstandortes angepasst. Dabei wird an den Grundprinzipien wie der Verpflichtung zu lauterem Wettbewerb und dem Irreführungsverbot festgehalten.

Annahme des Gesetzentwurfs in der Fassung der Beschlussempfehlung mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP

C. Alternativen

Keine

D. Kosten

Wurden im Ausschuss nicht erörtert.

Beschlussempfehlung

Der Bundestag wolle beschließen,

den Gesetzentwurf – Drucksache 15/1487 – in der aus der nachfolgenden Zusammenstellung ersichtlichen Fassung anzunehmen.

Berlin, den 24. März 2004

Der Rechtsausschuss

Andreas Schmidt (Mülheim)
Vorsitzender

Dirk Manzewski
Berichterstatter

Ingo Wellenreuther
Berichterstatter

Jerzy Montag
Berichterstatter

Rainer Funke
Berichterstatter

Zusammenstellung

des Entwurfs eines Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
– Drucksache 15/1487 –
mit den Beschlüssen des Rechtsausschusses (6. Ausschuss)

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
Entwurf eines Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	**Entwurf eines Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)**
Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:	Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:
Kapitel 1	**Kapitel 1**
Allgemeine Bestimmungen	**Allgemeine Bestimmungen**
§ 1 Zweck des Gesetzes	§ 1 unverändert
Dieses Gesetz dient dem Schutz der Mitbewerber, der Verbraucherinnen und der Verbraucher sowie der sonstigen Marktteilnehmer vor unlauterem Wettbewerb. Es schützt zugleich das Interesse der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb.	
§ 2 Definitionen	§ 2 Definitionen
(1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet	(1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet
1. „Wettbewerbshandlung“ jede Handlung einer Person mit dem Ziel, zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens den Absatz oder den Bezug von Waren oder die Erbringung oder den Bezug von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen zu fördern;	1. unverändert
2. „Marktteilnehmer“ neben Mitbewerbern und Verbrauchern alle Personen, die als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen tätig sind;	2. unverändert
3. „Mitbewerber“ jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in *Wettbewerb* steht;	3. „Mitbewerber“ jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmern als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in **einem konkreten Wettbewerbsverhältnis** steht;
4. *„Nachrichten“* jede Information, die zwischen einer endlichen Zahl von Beteiligten über einen öffentlich zugänglichen elektronischen Kommunikationsdienst ausgetauscht oder weitergeleitet wird; dies schließt nicht Informationen ein, die als Teil eines Rundfunkdienstes über ein elektronisches Kommunikationsnetz an die Öffentlichkeit weitergeleitet werden, soweit die Informationen nicht mit dem identifizierbaren Teilnehmer oder Nutzer, der sie erhält, in Verbindung gebracht werden können.	4. **„Nachricht“** jede Information, die zwischen einer endlichen Zahl von Beteiligten über einen öffentlich zugänglichen elektronischen Kommunikationsdienst ausgetauscht oder weitergeleitet wird; dies schließt nicht Informationen ein, die als Teil eines Rundfunkdienstes über ein elektronisches Kommunikationsnetz an die Öffentlichkeit weitergeleitet werden, soweit die Informationen nicht mit dem identifizierbaren Teilnehmer oder Nutzer, der sie erhält, in Verbindung gebracht werden können.
(2) Für den Verbraucherbegriff und den Unternehmerbegriff gelten die §§ 13 und 14 des Bürgerlichen Gesetzbuches entsprechend.	(2) unverändert

Entwurf

§ 3
Verbot unlauteren Wettbewerbs

Unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht unerheblich zu *verfälschen*, sind unzulässig.

§ 4
Beispiele unlauteren Wettbewerbs

Unlauter im Sinne von § 3 handelt insbesondere, wer

1. Wettbewerbshandlungen vornimmt, die geeignet sind, die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer durch Ausübung von Druck oder durch sonstigen unangemessenen unsachlichen Einfluss zu beeinträchtigen;
2. Wettbewerbshandlungen vornimmt, die geeignet sind, die geschäftliche Unerfahrenheit insbesondere von Kindern oder Jugendlichen, die Leichtgläubigkeit, die Angst oder die Zwangslage von Verbrauchern auszunutzen;
3. den Werbecharakter von Wettbewerbshandlungen verschleiert;
4. bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt;
5. bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter die Teilnahmebedingungen nicht klar und eindeutig angibt;
6. die Teilnahme von Verbrauchern an einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel von dem Erwerb einer Ware oder der Inanspruchnahme einer Dienstleistung abhängig macht, es sei denn, das Preisausschreiben oder Gewinnspiel ist naturgemäß mit der Ware oder der Dienstleistung verbunden;
7. die Kennzeichen, Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft;
8. über die Waren, Dienstleistungen oder das Unternehmen eines Mitbewerbers oder über den Unternehmer oder ein Mitglied der Unternehmensleitung Tatsachen behauptet oder verbreitet, die geeignet sind, den Betrieb des Unternehmens oder den Kredit des Unternehmers zu schädigen, sofern die Tatsachen nicht erweislich wahr sind; handelt es sich um vertrauliche Mitteilungen und hat der Mitteilende oder der Empfänger der Mitteilung an ihr ein berechtigtes Interesse, so ist die Handlung nur dann unlauter, wenn die Tatsachen der Wahrheit zuwider behauptet oder verbreitet wurden;
9. Waren oder Dienstleistungen anbietet, die eine Nachahmung der Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers sind, wenn er
   a) eine vermeidbare Täuschung der Abnehmer über die betriebliche Herkunft herbeiführt,
   b) die Wertschätzung der nachgeahmten Ware oder Dienstleistung unangemessen ausnutzt oder beeinträchtigt oder

Beschlüsse des 6. Ausschusses

§ 3
Verbot unlauteren Wettbewerbs

Unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht **nur** unerheblich zu **beeinträchtigen**, sind unzulässig.

§ 4
Beispiele unlauteren Wettbewerbs

Unlauter im Sinne von § 3 handelt insbesondere, wer

1. Wettbewerbshandlungen vornimmt, die geeignet sind, die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer durch Ausübung von Druck, **in menschenverachtender Weise** oder durch sonstigen unangemessenen unsachlichen Einfluss zu beeinträchtigen;
2. unverändert
3. unverändert
4. unverändert
5. unverändert
6. unverändert
7. unverändert
8. unverändert
9. unverändert

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
c) die für die Nachahmung erforderlichen Kenntnisse oder Unterlagen unredlich erlangt hat;	
10. Mitbewerber gezielt behindert;	10. unverändert
11. einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.	11. unverändert
§ 5 Irreführende Werbung	§ 5 unverändert

(1) Unlauter im Sinne von § 3 handelt, wer irreführend wirbt.

(2) Bei der Beurteilung der Frage, ob eine Werbung irreführend ist, sind alle ihre Bestandteile zu berücksichtigen, insbesondere in ihr enthaltene Angaben über:

1. die Merkmale der Waren oder Dienstleistungen wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Zusammensetzung, Verfahren und Zeitpunkt der Herstellung oder Erbringung, die Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, Beschaffenheit, die geographische oder betriebliche Herkunft oder die von der Verwendung zu erwartenden Ergebnisse oder die Ergebnisse und wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen;
2. den Anlass des Verkaufs und den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird, und die Bedingungen, unter denen die Waren geliefert oder die Dienstleistungen erbracht werden;
3. die geschäftlichen Verhältnisse, insbesondere die Art, die Eigenschaften und die Rechte des Werbenden, wie seine Identität und sein Vermögen, seine geistigen Eigentumsrechte, seine Befähigung oder seine Auszeichnungen oder Ehrungen.

Bei der Beurteilung, ob das Verschweigen einer Tatsache irreführend ist, sind insbesondere deren Bedeutung für die Entscheidung zum Vertragsschluss nach der Verkehrsauffassung sowie die Eignung des Verschweigens zur Beeinflussung der Entscheidung zu berücksichtigen.

(3) Angaben im Sinne von Absatz 2 sind auch Angaben im Rahmen vergleichender Werbung sowie bildliche Darstellungen und sonstige Veranstaltungen, die darauf zielen und geeignet sind, solche Angaben zu ersetzen.

(4) Es wird vermutet, dass es irreführend ist, mit der Herabsetzung eines Preises zu werben, sofern der Preis nur für eine unangemessen kurze Zeit gefordert worden ist. Ist streitig, ob und in welchem Zeitraum der Preis gefordert worden ist, so trifft die Beweislast denjenigen, der mit der Preisherabsetzung geworben hat.

(5) Es ist irreführend, für eine Ware zu werben, die unter Berücksichtigung der Art der Ware sowie der Gestaltung und Verbreitung der Werbung nicht in angemessener Menge zur Befriedigung der zu erwartenden Nachfrage vorgehalten ist. Angemessen ist im Regelfall ein Vorrat für zwei Tage, es sei denn, der Unternehmer weist Gründe nach, die eine geringere Bevorratung rechtfertigen. Satz 1 gilt entsprechend für die Werbung für eine Dienstleistung.

Entwurf

§ 6
Vergleichende Werbung

(1) Vergleichende Werbung ist jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die von einem Mitbewerber angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht.

(2) Unlauter im Sinne von § 3 handelt, wer vergleichend wirbt, wenn der Vergleich

1. sich nicht auf Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung bezieht,
2. nicht objektiv auf eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbare und typische Eigenschaften oder den Preis dieser Waren oder Dienstleistungen bezogen ist,
3. im geschäftlichen Verkehr zu Verwechslungen zwischen dem Werbenden und einem Mitbewerber oder zwischen den von diesen angebotenen Waren oder Dienstleistungen oder den von ihnen verwendeten Kennzeichen führt,
4. die Wertschätzung des von einem Mitbewerber verwendeten Kennzeichens in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt,
5. die Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft oder
6. eine Ware oder Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer unter einem geschützten Kennzeichen vertriebenen Ware oder Dienstleistung darstellt.

(3) Bezieht sich der Vergleich auf ein Angebot mit einem besonderen Preis oder anderen besonderen Bedingungen, so sind der Zeitpunkt des Endes des Angebots und, wenn dieses noch nicht gilt, der Zeitpunkt des Beginns des Angebots eindeutig anzugeben. Gilt das Angebot nur so lange, wie die Waren oder Dienstleistungen verfügbar sind, so ist darauf hinzuweisen.

§ 7
Unzumutbare Belästigungen

(1) Unlauter im Sinne von § 3 handelt, wer einen Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt.

(2) Eine unzumutbare Belästigung ist insbesondere anzunehmen

1. bei einer Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der Empfänger diese Werbung nicht wünscht;
2. bei einer Werbung mit Telefonanrufen gegenüber Verbrauchern ohne deren Einwilligung oder gegenüber sonstigen Marktteilnehmern ohne deren zumindest mutmaßliche Einwilligung;
3. bei einer Werbung unter Verwendung von automatischen Anrufmaschinen, Faxgeräten oder elektronischer Post, ohne dass eine Einwilligung der Adressaten vorliegt;
4. bei einer Werbung mit *elektronischen* Nachrichten, bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine gültige Adresse vorhanden

Beschlüsse des 6. Ausschusses

§ 6
unverändert

§ 7
Unzumutbare Belästigungen

(1) unverändert

(2) Eine unzumutbare Belästigung ist insbesondere anzunehmen

1. unverändert
2. unverändert
3. unverändert
4. bei einer Werbung mit Nachrichten, bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Emp-

Entwurf

ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

(3) *Hat ein Unternehmer die elektronische Adresse eines Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten, kann er diese Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen nutzen, es sei denn, der Kunde hat diese Nutzung untersagt. Die Nutzung ist außerdem nur zulässig, wenn der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Nutzung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er diese Nutzung jederzeit untersagen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.*

Beschlüsse des 6. Ausschusses

fänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

(3) **Abweichend von Absatz 2 Nr. 3 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn**

1. **ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,**
2. **der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,**
3. **der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und**
4. **der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.**

Kapitel 2
Rechtsfolgen

§ 8
Beseitigung und Unterlassung

(1) Wer dem § 3 zuwiderhandelt, kann auf Beseitigung und bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Der Anspruch auf Unterlassung besteht bereits dann, wenn eine Zuwiderhandlung droht.

(2) Werden die Zuwiderhandlungen in einem Unternehmen von einem Mitarbeiter oder Beauftragten begangen, so sind der Unterlassungsanspruch und der Beseitigungsanspruch auch gegen den Inhaber des *Betriebes* begründet.

(3) Die Ansprüche aus Absatz 1 stehen zu:

1. jedem Mitbewerber;
2. rechtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen, soweit ihnen eine erhebliche Zahl von Unternehmern angehört, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, soweit sie insbesondere nach ihrer personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande sind, ihre satzungsmäßigen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen und soweit die Zuwiderhandlung die Interessen ihrer Mitglieder berührt;
3. qualifizierten Einrichtungen, die nachweisen, dass sie in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 des Unterlassungsklagengesetzes oder in dem Verzeichnis der Kommission der Europäischen Gemeinschaften nach Artikel 4 der Richtlinie 98/27/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Mai 1998 über Unterlas-

Kapitel 2
Rechtsfolgen

§ 8
Beseitigung und Unterlassung

(1) unverändert

(2) Werden die Zuwiderhandlungen in einem Unternehmen von einem Mitarbeiter oder Beauftragten begangen, so sind der Unterlassungsanspruch und der Beseitigungsanspruch auch gegen den Inhaber des **Unternehmens** begründet.

(3) unverändert

Entwurf

sungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen (ABl. EG Nr. L 166 S. 51) eingetragen sind;

4. den Industrie- und Handelskammern oder den Handwerkskammern.

(4) Die Geltendmachung der in Absatz 1 bezeichneten Ansprüche ist unzulässig, wenn sie unter Berücksichtigung der gesamten Umstände missbräuchlich ist, insbesondere wenn sie vorwiegend dazu dient, gegen den Zuwiderhandelnden einen Anspruch auf Ersatz von Aufwendungen oder Kosten der Rechtsverfolgung entstehen zu lassen.

(5) § 13 des Unterlassungsklagengesetzes und die darin enthaltene Verordnungsermächtigung gelten mit der Maßgabe entsprechend, dass an die Stelle der Klageberechtigten nach § 3 Abs. 1 Nr. 1 und 3 des Unterlassungsklagengesetzes die gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 und 4 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruches Berechtigten, an die Stelle der Klageberechtigten nach § 3 Abs. 1 Nr. 2 des Unterlassungsklagengesetzes die gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruches Berechtigten und an die Stelle der in den §§ 1 und 2 des Unterlassungsklagengesetzes geregelten Unterlassungsansprüche die in § 8 bestimmten Unterlassungsansprüche treten. Im Übrigen findet das Unterlassungsklagengesetz keine Anwendung.

§ 9
Schadensersatz

Wer dem § 3 vorsätzlich oder fahrlässig zuwiderhandelt, ist den Mitbewerbern zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet. Gegen verantwortliche Personen von periodischen Druckschriften kann der Anspruch auf Schadensersatz nur bei einer vorsätzlichen Zuwiderhandlung geltend gemacht werden.

§ 10
Gewinnabschöpfung

(1) Wer dem § 3 vorsätzlich zuwiderhandelt und hierdurch *auf Kosten* einer Vielzahl von Abnehmern einen Gewinn erzielt, kann von den gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 bis 4 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs Berechtigten auf Herausgabe dieses Gewinns in Anspruch genommen werden.

(2) Auf den Gewinn sind die Leistungen anzurechnen, die der Schuldner auf Grund der Zuwiderhandlung an Dritte oder an den Staat erbracht hat. Soweit der Schuldner solche Leistungen erst nach Erfüllung des Anspruchs nach Absatz 1 erbracht hat, erstattet *der Gläubiger* dem Schuldner den abgeführten Gewinn in Höhe der nachgewiesenen Zahlungen zurück.

(3) Beanspruchen mehrere Gläubiger den Gewinn, so gelten die §§ 428 bis 430 des Bürgerlichen Gesetzbuchs entsprechend.

(4) *Die Gläubiger haben den abgeführten Gewinn nach Abzug der zur Geltendmachung des Anspruchs erforderlichen Aufwendungen an den Bundeshaushalt herauszugeben. Soweit die Gläubiger nach Erfüllung des Anspruchs nach Satz 1 Zahlungen im Sinne von Absatz 2 Satz 2 geleis-*

Beschlüsse des 6. Ausschusses

(4) unverändert

(5) unverändert

§ 9
unverändert

§ 10
Gewinnabschöpfung

(1) Wer dem § 3 vorsätzlich zuwiderhandelt und hierdurch **zu Lasten** einer Vielzahl von Abnehmern einen Gewinn erzielt, kann von den gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 bis 4 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs Berechtigten auf Herausgabe dieses Gewinns **an den Bundeshaushalt** in Anspruch genommen werden.

(2) Auf den Gewinn sind die Leistungen anzurechnen, die der Schuldner auf Grund der Zuwiderhandlung an Dritte oder an den Staat erbracht hat. Soweit der Schuldner solche Leistungen erst nach Erfüllung des Anspruchs nach Absatz 1 erbracht hat, erstattet **die zuständige Stelle des Bundes** dem Schuldner den abgeführten Gewinn in Höhe der nachgewiesenen Zahlungen zurück.

(3) unverändert

(4) Die Gläubiger haben der zuständigen Stelle des Bundes über die Geltendmachung von Ansprüchen nach Absatz 1 Auskunft zu erteilen. **Sie können von der zuständigen Stelle des Bundes Erstattung der für die Geltendmachung des Anspruchs erforderlichen Aufwendungen**

Entwurf

tet haben, wird den Gläubigern der abgeführte Gewinn in Höhe der nachgewiesenen Zahlungen aus dem Bundeshaushalt erstattet. Die Gläubiger haben der zuständigen Stelle des Bundes über die Geltendmachung *sowie die Erfüllung* von Ansprüchen nach Absatz 1 Auskunft zu erteilen *und auf Verlangen Rechenschaft abzulegen.*

(5) Die Bundesregierung wird ermächtigt, durch Rechtsverordnung, die der Zustimmung des Bundesrates nicht bedarf, *festzulegen, welche Behörde oder sonstige öffentliche Stelle des Bundes zuständige Stelle im Sinne von Absatz 4 ist.*

§ 11
Verjährung

(1) Die *in* §§ 8, 9 und *10 Abs. 1 bezeichneten Ansprüche* verjähren in sechs Monaten *von dem Zeitpunkt an, in welchem der Anspruchsberechtigte von den anspruchsbegründenden Umständen und der Person des Schuldners Kenntnis erlangt oder ohne grobe Fahrlässigkeit hätte erlangen müssen. Sie verjähren ohne Rücksicht auf die Kenntnis oder grob fahrlässige Unkenntnis in drei Jahren von der Zuwiderhandlung an.*

(2) *Für Schadensersatzansprüche beginnt die Verjährung nicht vor der Entstehung des Schadens, für Gewinnabschöpfungsansprüche nicht vor der Erzielung des Gewinns.*

Kapitel 3

Verfahrensvorschriften

§ 12
Anspruchsdurchsetzung, Veröffentlichungsbefugnis, Streitwertminderung

(1) Die zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs Berechtigten sollen den Schuldner vor der Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens abmahnen und ihm Gelegenheit geben, den Streit durch Abgabe einer mit einer angemessenen Vertragsstrafe bewehrten Unterlassungsverpflichtung beizulegen. Soweit die Abmahnung berechtigt ist, kann der Ersatz der erforderlichen Aufwendungen verlangt werden.

Beschlüsse des 6. Ausschusses

verlangen, soweit sie vom Schuldner keinen Ausgleich erlangen können. Der Erstattungsanspruch ist auf die Höhe des an den Bundeshaushalt abgeführten Gewinns beschränkt.

(5) **Zuständige Stelle im Sinne der Absätze 2 und 4 ist das Bundesverwaltungsamt, das insoweit der Fachaufsicht des Bundesministeriums der Justiz unterliegt.** Die Bundesregierung wird ermächtigt, durch Rechtsverordnung, die der Zustimmung des Bundesrates nicht bedarf, **die Aufgaben nach den Absätzen 2 und 4 einer anderen Bundesbehörde oder sonstigen öffentlichen Stelle des Bundes zu übertragen.**

§ 11
Verjährung

(1) Die **Ansprüche aus** §§ 8,9 und **12 Abs. 1 Satz 2** verjähren in sechs Monaten.

(2) **Die Verjährungsfrist beginnt, wenn**

1. **der Anspruch entstanden ist und**
2. **der Gläubiger von den den Anspruch begründenden Umständen und der Person des Schuldners Kenntnis erlangt oder ohne grobe Fahrlässigkeit erlangen müsste.**

(3) Schadensersatzansprüche verjähren ohne Rücksicht auf die Kenntnis oder grob fahrlässige Unkenntnis in zehn Jahren von ihrer Entstehung, spätestens in 30 Jahren von der den Schaden auslösenden Handlung an.

(4) Andere Ansprüche verjähren ohne Rücksicht auf die Kenntnis oder grob fahrlässige Unkenntnis in drei Jahren von der Entstehung an.

Kapitel 3

Verfahrensvorschriften

§ 12
unverändert

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
(2) Zur Sicherung der in diesem Gesetz bezeichneten Ansprüche auf Unterlassung können einstweilige Verfügungen auch ohne die Darlegung und Glaubhaftmachung der in den §§ 935 und 940 der Zivilprozessordnung bezeichneten Voraussetzungen erlassen werden.	
(3) Ist auf Grund dieses Gesetzes Klage auf Unterlassung erhoben worden, so kann das Gericht der obsiegenden Partei die Befugnis zusprechen, das Urteil auf Kosten der unterliegenden Partei öffentlich bekannt zu machen, wenn sie ein berechtigtes Interesse dartut. Art und Umfang der Bekanntmachung werden im Urteil bestimmt. Die Befugnis erlischt, wenn von ihr nicht innerhalb von drei Monaten nach Eintritt der Rechtskraft Gebrauch gemacht worden ist. Der Ausspruch nach Satz 1 ist nicht vorläufig vollstreckbar.	
(4) Bei der Bemessung des Streitwerts für Ansprüche nach § 8 Abs. 1 ist es wertmindernd zu berücksichtigen, wenn die Sache nach Art und Umfang einfach gelagert ist oder wenn die Belastung einer der Parteien mit den Prozesskosten nach dem vollen Streitwert angesichts ihrer Vermögens- und Einkommensverhältnisse nicht tragbar erscheint.	
§ 13 *Funktionelle* Zuständigkeit	§ 13 **Sachliche** Zuständigkeit
(1) *Bürgerliche* Rechtsstreitigkeiten, *in* denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird, sind *Handelssachen im Sinne der §§ 93 bis 114* des Gerichtsverfassungsgesetzes.	(1) **Für alle bürgerlichen** Rechtsstreitigkeiten, **mit** denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird, sind die **Landgerichte ausschließlich zuständig. Es gilt § 95 Abs. 1 Nr. 5** des Gerichtsverfassungsgesetzes.
(2) Die Landesregierungen werden ermächtigt, durch Rechtsverordnung für die Bezirke mehrerer Landgerichte eines von ihnen als Gericht für Wettbewerbsstreitsachen zu bestimmen, wenn dies der Rechtspflege in Wettbewerbsstreitsachen, insbesondere der Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung, dienlich ist. Die Landesregierungen können die Ermächtigung auf die Landesjustizverwaltungen übertragen.	(2) unverändert
§ 14 Örtliche Zuständigkeit	§ 14 Örtliche Zuständigkeit
(1) Für Klagen auf Grund dieses Gesetzes ist das Gericht zuständig, in dessen Bezirk der Beklagte seine gewerbliche oder selbständige berufliche Niederlassung oder in Ermangelung einer solchen seinen Wohnsitz hat. Hat der Beklagte auch keinen Wohnsitz, so ist sein inländischer Aufenthaltsort maßgeblich.	(1) unverändert
(2) Für Klagen auf Grund dieses Gesetzes ist außerdem das Gericht zuständig, in dessen Bezirk die Handlung begangen ist. Satz 1 gilt für Klagen, die von den nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 bis 4 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruches Berechtigten erhoben werden, nur dann, wenn der Beklagte im Inland weder eine gewerbliche oder selbständige berufliche Niederlassung noch einen Wohnsitz hat.	(2) Für Klagen auf Grund dieses Gesetzes ist außerdem **nur** das Gericht zuständig, in dessen Bezirk die Handlung begangen ist. Satz 1 gilt für Klagen, die von den nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 bis 4 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruches Berechtigten erhoben werden, nur dann, wenn der Beklagte im Inland weder eine gewerbliche oder selbständige berufliche Niederlassung noch einen Wohnsitz hat.

Entwurf

§ 15
Einigungsstellen

(1) Die Landesregierungen errichten bei Industrie- und Handelskammern Einigungsstellen zur Beilegung von bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten, in denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird (Einigungsstellen).

(2) Die Einigungsstellen sind mit einer Person, die die Befähigung zum Richteramt nach dem Deutschen Richtergesetz hat, *als Vorsitz* und beisitzenden Personen zu besetzen. Als beisitzende Personen werden im Falle einer Anrufung durch eine nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs *Berechtigten* Unternehmer und Verbraucher in gleicher Anzahl tätig, sonst mindestens zwei sachverständige Unternehmer. Die Person, *die den Vorsitz führt,* soll auf dem Gebiet des Wettbewerbsrechts erfahren sein. Die beisitzenden Personen werden *vom Vorsitz* für den jeweiligen Streitfall aus einer alljährlich für das Kalenderjahr aufzustellenden Liste berufen. Die Berufung soll im Einvernehmen mit den Parteien erfolgen.

(3) Die Einigungsstellen können bei bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten, in denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird, angerufen werden, wenn der Gegner zustimmt. Soweit die Wettbewerbshandlungen Verbraucher betreffen, können die Einigungsstellen von jeder Partei zu einer Aussprache mit dem Gegner über den Streitfall angerufen werden.

(4) Für die Zuständigkeit der Einigungsstellen ist § 14 entsprechend anzuwenden.

(5) Die Einigungsstelle hat einen gütlichen Ausgleich anzustreben. Sie kann den Parteien einen schriftlichen, mit Gründen versehenen Einigungsvorschlag machen. Der Einigungsvorschlag und seine Begründung dürfen nur mit Zustimmung der Parteien veröffentlicht werden.

(6) Kommt ein Vergleich zustande, so muss er in einem besonderen Schriftstück niedergelegt und unter Angabe des Tages seines Zustandekommens von den Mitgliedern der Einigungsstelle, welche in der Verhandlung mitgewirkt haben, sowie von den Parteien unterschrieben werden. Aus einem vor der Einigungsstelle geschlossenen Vergleich findet

Beschlüsse des 6. Ausschusses

§ 15
Einigungsstellen

(1) unverändert

(2) Die Einigungsstellen sind mit einer **vorsitzenden** Person, die die Befähigung zum Richteramt nach dem Deutschen Richtergesetz hat, und beisitzenden Personen zu besetzen. Als beisitzende Personen werden im Falle einer Anrufung durch eine nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 zur Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs **berechtigte qualifizierte Einrichtung** Unternehmer und Verbraucher in gleicher Anzahl tätig, sonst mindestens zwei sachverständige Unternehmer. Die **vorsitzende** Person soll auf dem Gebiet des Wettbewerbsrechts erfahren sein. Die beisitzenden Personen werden **von der vorsitzenden Person** für den jeweiligen Streitfall aus einer alljährlich für das Kalenderjahr aufzustellenden Liste berufen. Die Berufung soll im Einvernehmen mit den Parteien erfolgen. **Für die Ausschließung und Ablehnung von Mitgliedern der Einigungsstelle sind die §§ 31 bis 43 und § 44 Abs. 2 bis 4 der Zivilprozessordnung entsprechend anzuwenden. Über das Ablehnungsgesuch entscheidet das für den Sitz der Einigungsstelle zuständige Landgericht (Kammer für Handelssachen oder, falls es an einer solchen fehlt, Zivilkammer).**

(3) Die Einigungsstellen können bei bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten, in denen ein Anspruch auf Grund dieses Gesetzes geltend gemacht wird, angerufen werden, wenn der Gegner zustimmt. Soweit die Wettbewerbshandlungen Verbraucher betreffen, können die Einigungsstellen von jeder Partei zu einer Aussprache mit dem Gegner über den Streitfall angerufen werden**; einer Zustimmung des Gegners bedarf es nicht**.

(4) unverändert

(5) Die der Einigungsstelle vorsitzende Person kann das persönliche Erscheinen der Parteien anordnen. Gegen eine unentschuldigt ausbleibende Partei kann die Einigungsstelle ein Ordnungsgeld festsetzen. Gegen die Anordnung des persönlichen Erscheinens und gegen die Festsetzung des Ordnungsgeldes findet die sofortige Beschwerde nach den Vorschriften der Zivilprozessordnung an das für den Sitz der Einigungsstelle zuständige Landgericht (Kammer für Handelssachen oder, falls es an einer solchen fehlt, Zivilkammer) statt.

(6) unverändert

(7) unverändert

Entwurf

die Zwangsvollstreckung statt; § 797a der Zivilprozessordnung ist entsprechend anzuwenden.

(7) Die Einigungsstelle kann, wenn sie den geltend gemachten Anspruch von vornherein für unbegründet oder sich selbst für unzuständig erachtet, die Einleitung von Einigungsverhandlungen ablehnen.

(8) Durch die Anrufung der Einigungsstelle wird die Verjährung in gleicher Weise wie durch Klageerhebung gehemmt. Kommt ein Vergleich nicht zustande, so ist der Zeitpunkt, zu dem das Verfahren beendet ist, von der Einigungsstelle festzustellen. *Der Vorsitz* hat dies den Parteien mitzuteilen.

(9) Ist ein Rechtsstreit der in Absatz 3 Satz 2 bezeichneten Art ohne vorherige Anrufung der Einigungsstelle anhängig gemacht worden, so kann das Gericht auf Antrag den Parteien unter Anberaumung eines neuen Termins aufgeben, vor diesem Termin die Einigungsstelle zur Herbeiführung eines gütlichen Ausgleichs anzurufen. In dem Verfahren über den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist diese Anordnung nur zulässig, wenn der Gegner zustimmt. Absatz *7* ist nicht anzuwenden. Ist ein Verfahren vor der Einigungsstelle anhängig, so ist eine erst nach Anrufung der Einigungsstelle erhobene Klage des Antragsgegners auf Feststellung, dass der geltend gemachte Anspruch nicht bestehe, nicht zulässig.

(10) Die Landesregierungen werden ermächtigt, die zur Durchführung der vorstehenden Bestimmungen und zur Regelung des Verfahrens vor den Einigungsstellen erforderlichen Vorschriften zu erlassen, insbesondere über die Aufsicht über die Einigungsstellen, über ihre Besetzung unter angemessener Beteiligung der nicht den Industrie- und Handelskammern angehörenden Unternehmern (§ 2 Abs. 2 bis 6 des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern vom 18. Dezember 1956 – BGBl. I S. 920), und Bestimmungen über die Erhebung von Auslagen durch die Einigungsstelle zu treffen. Bei der Besetzung der Einigungsstellen sind die Vorschläge der für ein Bundesland errichteten, mit öffentlichen Mitteln geförderten Verbraucherzentralen zur Bestimmung der in Absatz 2 Satz *1* genannten Verbraucher zu berücksichtigen.

Beschlüsse des 6. Ausschusses

(8) unverändert

(9) Durch die Anrufung der Einigungsstelle wird die Verjährung in gleicher Weise wie durch Klageerhebung gehemmt. Kommt ein Vergleich nicht zustande, so ist der Zeitpunkt, zu dem das Verfahren beendet ist, von der Einigungsstelle festzustellen. **Die vorsitzende Person** hat dies den Parteien mitzuteilen.

(10) Ist ein Rechtsstreit der in Absatz 3 Satz 2 bezeichneten Art ohne vorherige Anrufung der Einigungsstelle anhängig gemacht worden, so kann das Gericht auf Antrag den Parteien unter Anberaumung eines neuen Termins aufgeben, vor diesem Termin die Einigungsstelle zur Herbeiführung eines gütlichen Ausgleichs anzurufen. In dem Verfahren über den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist diese Anordnung nur zulässig, wenn der Gegner zustimmt. Absatz **8** ist nicht anzuwenden. Ist ein Verfahren vor der Einigungsstelle anhängig, so ist eine erst nach Anrufung der Einigungsstelle erhobene Klage des Antragsgegners auf Feststellung, dass der geltend gemachte Anspruch nicht bestehe, nicht zulässig.

(11) Die Landesregierungen werden ermächtigt, **durch Rechtsverordnung** die zur Durchführung der vorstehenden Bestimmungen und zur Regelung des Verfahrens vor den Einigungsstellen erforderlichen Vorschriften zu erlassen, insbesondere über die Aufsicht über die Einigungsstellen, über ihre Besetzung unter angemessener Beteiligung der nicht den Industrie- und Handelskammern angehörenden Unternehmern (§ 2 Abs. 2 bis 6 des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern vom 18. Dezember 1956 – BGBl. I S. 920), und **über die Vollstreckung von Ordnungsgeldern sowie** Bestimmungen über die Erhebung von Auslagen durch die Einigungsstelle zu treffen. Bei der Besetzung der Einigungsstellen sind die Vorschläge der für ein Bundesland errichteten, mit öffentlichen Mitteln geförderten Verbraucherzentralen zur Bestimmung der in Absatz 2 Satz **2** genannten Verbraucher zu berücksichtigen.

Kapitel 4
Strafvorschriften

§ 16
Strafbare Werbung

(1) Wer in der Absicht, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen, in öffentlichen Bekanntmachungen oder in Mitteilungen, die für einen größeren Kreis von Personen bestimmt sind, durch unwahre Angaben irreführend wirbt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Wer es im geschäftlichen Verkehr unternimmt, Verbraucher zur Abnahme von Waren, Dienstleistungen oder

Kapitel 4
Strafvorschriften

§ 16
unverändert

Entwurf | Beschlüsse des 6. Ausschusses

Rechten durch das Versprechen zu veranlassen, sie würden entweder vom Veranstalter selbst oder von einem Dritten besondere Vorteile erlangen, wenn sie andere zum Abschluss gleichartiger Geschäfte veranlassen, die ihrerseits nach der Art dieser Werbung derartige Vorteile für eine entsprechende Werbung weiterer Abnehmer erlangen sollen, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

§ 17
Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen

(1) Wer als eine bei einem Unternehmen beschäftigte Person ein Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis, das ihr im Rahmen des Dienstverhältnisses anvertraut worden oder zugänglich geworden ist, während der Geltungsdauer des Dienstverhältnisses unbefugt an jemand zu Zwecken des Wettbewerbs, aus Eigennutz, zugunsten eines Dritten oder in der Absicht, dem Inhaber des Unternehmens Schaden zuzufügen, mitteilt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Ebenso wird bestraft, wer zu Zwecken des Wettbewerbs, aus Eigennutz, zugunsten eines Dritten oder in der Absicht, dem Inhaber des Unternehmens Schaden zuzufügen,

1. sich ein Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis durch
   a) Anwendung technischer Mittel,
   b) Herstellung einer verkörperten Wiedergabe des Geheimnisses oder
   c) Wegnahme einer Sache, in der das Geheimnis verkörpert ist,

   unbefugt verschafft oder sichert oder
2. ein Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis, das er durch eine der in Absatz 1 bezeichneten Mitteilungen oder durch eine eigene oder fremde Handlung nach Nummer 1 erlangt oder sich sonst unbefugt verschafft oder gesichert hat, unbefugt verwertet oder jemandem mitteilt.

(3) Der Versuch ist strafbar.

(4) In besonders schweren Fällen ist die Strafe Freiheitsstrafe bis zu fünf Jahren oder Geldstrafe. Ein besonders schwerer Fall liegt in der Regel vor, wenn der Täter

1. gewerbsmäßig handelt,
2. bei der Mitteilung weiß, dass das Geheimnis im Ausland verwertet werden soll, oder
3. eine Verwertung nach Absatz 2 Nr. 2 im Ausland selbst vornimmt.

(5) Die Tat wird nur auf Antrag verfolgt, es sei denn, dass die Strafverfolgungsbehörde wegen des besonderen öffentlichen Interesses an der Strafverfolgung ein Einschreiten von Amts wegen für geboten hält.

(6) § 5 Nr. 7 des Strafgesetzbuches gilt entsprechend.

§ 17
unverändert

Entwurf

§ 18
Verwertung von Vorlagen

(1) Wer die ihm im geschäftlichen Verkehr anvertrauten Vorlagen oder Vorschriften technischer Art, insbesondere Zeichnungen, Modelle, Schablonen, Schnitte, Rezepte, zu Zwecken des Wettbewerbs oder aus Eigennutz unbefugt verwertet oder jemandem mitteilt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Der Versuch ist strafbar.

(3) Die Tat wird nur auf Antrag verfolgt, es sei denn, dass die Strafverfolgungsbehörde wegen des besonderen öffentlichen Interesses an der Strafverfolgung ein Einschreiten von Amts wegen für geboten hält.

(4) § 5 Nr. 7 des Strafgesetzbuches gilt entsprechend.

§ 19
Verleiten und Erbieten zum Verrat

(1) Wer zu Zwecken des Wettbewerbs oder aus Eigennutz jemanden zu bestimmen versucht, eine Straftat nach § 17 oder § 18 zu begehen oder zu einer solchen Straftat anzustiften, wird mit Freiheitsstrafe bis zu zwei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft.

(2) Ebenso wird bestraft, wer zu Zwecken des Wettbewerbs oder aus Eigennutz sich bereit erklärt oder das Erbieten eines anderen annimmt oder mit einem anderen verabredet, eine Straftat nach § 17 *und* § 18 zu begehen oder zu ihr anzustiften.

(3) § 31 des Strafgesetzbuches gilt entsprechend.

(4) Die Tat wird nur auf Antrag verfolgt, es sei denn, dass die Strafverfolgungsbehörde wegen des besonderen öffentlichen Interesses an der Strafverfolgung ein Einschreiten von Amts wegen für geboten hält.

(5) § 5 Nr. 7 des Strafgesetzbuches gilt entsprechend.

Kapitel 5

Schlussbestimmungen

§ 20
Änderungen anderer Rechtsvorschriften

(1) § 3 des Lebensmittelspezialitätengesetzes vom 29. Oktober 1993 (BGBl. I S. 1814), das zuletzt durch Artikel 44 der Verordnung vom 29. Oktober 2001 (BGBl. I S. 2785) geändert worden ist, wird wie folgt geändert:

1. In Absatz 1 wird die Angabe „§ 13 Abs. 2“ durch die Angabe „ § 8 Abs. 3“ ersetzt.
2. In Absatz 4 Satz 2 wird die Angabe „§ 852 Abs. 2“ durch die Angabe „§ 203“ ersetzt.

(2) In § 95 Abs. 1 Nr. 5 des Gerichtsverfassungsgesetzes in der Fassung der Bekanntmachung vom 9. Mai 1975 (BGBl. I S. 1077), das zuletzt durch Artikel 2 des Gesetzes vom 22. August 2002 (BGBl. I S. 3390) geändert worden ist, werden die Wörter „mit Ausnahme der Ansprüche der letzten Verbraucher aus § 13 a des Gesetzes gegen den un-

Beschlüsse des 6. Ausschusses

§ 18
unverändert

§ 19
Verleiten und Erbieten zum Verrat

(1) unverändert

(2) Ebenso wird bestraft, wer zu Zwecken des Wettbewerbs oder aus Eigennutz sich bereit erklärt oder das Erbieten eines anderen annimmt oder mit einem anderen verabredet, eine Straftat nach § 17 **oder** § 18 zu begehen oder zu ihr anzustiften.

(3) unverändert

(4) unverändert

(5) unverändert

Kapitel 5

Schlussbestimmungen

§ 20
Änderungen anderer Rechtsvorschriften

(1) unverändert

(2) unverändert

Entwurf	Beschlüsse des 6. Ausschusses
lauteren Wettbewerb, soweit nicht ein beiderseitiges Handelsgeschäft nach Absatz 1 Nr. 1 gegeben ist“ gestrichen.	
(3) In § 374 Abs. 1 Nr. 7 der Strafprozessordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 7. April 1987 (BGBl. I S. 1074, 1319), die zuletzt durch Artikel 6 des Gesetzes vom 11. Oktober 2002 (BGBl. I S. 3970) geändert worden ist, wird die Angabe „§§ 4, 6c, 15, 17, 18 und 20“ durch die Angabe „§§ 16 bis 19“ ersetzt.	(3) unverändert
(4) Das Unterlassungsklagengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 27. August 2002 (BGBl. I S. 3422, 4346) wird wie folgt geändert:	(4) Das Unterlassungsklagengesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 27. August 2002 (BGBl. I S. 3422, 4346) wird wie folgt geändert:
1. In § 3 Abs. 1 wird die Nummer 2 wie folgt gefasst:	1. In § 3 Abs. 1 wird die Nummer 2 wie folgt gefasst:
„2. *r*echtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen, soweit sie insbesondere nach ihrer personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande sind, ihre satzungsgemäßen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen, und, bei Klagen nach § 2, soweit ihnen eine erhebliche Zahl von *Unternehmen* angehört, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben und der Anspruch eine Handlung betrifft, die die Interessen ihrer Mitglieder berührt und die geeignet ist, den Wettbewerb nicht unerheblich zu verfälschen;“.	„2. **R**echtsfähigen Verbänden zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen, soweit sie insbesondere nach ihrer personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung imstande sind, ihre satzungsgemäßen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen, und, bei Klagen nach § 2, soweit ihnen eine erhebliche Zahl von **Unternehmern** angehört, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben und der Anspruch eine Handlung betrifft, die die Interessen ihrer Mitglieder berührt und die geeignet ist, den Wettbewerb nicht unerheblich zu verfälschen;“.
2. In § 5 wird die Angabe „die §§ 23 a, 23 b und 25“ durch die Angabe „§ 12 Abs. 1, 2 und 4“ ersetzt.	2. unverändert
3. In § 9 werden in der Nummer 2 nach dem Wort „verwendet“ die Wörter „oder empfohlen“ und in Nummer 3 nach dem Wort „Verwendung“ die Wörter „oder Empfehlung“ eingefügt.	3. unverändert
4. In § 12 wird die Angabe „§ 27 a“ durch die Angabe „§ 15“ ersetzt.	4. unverändert
	5. In § 13a Satz 2 ist die Angabe „§ 13 Abs. 7“ durch die Angabe „§ 8 Abs. 5 Satz 1“ zu ersetzen.
(5) Das Markengesetz vom 25. Oktober 1994 (BGBl. I 1994, S. 2082; I 1995, S. 156), zuletzt geändert durch Artikel 5 des Gesetzes vom 23. Juli 2002 (BGBl. I S. 2850) wird wie folgt geändert:	(5) unverändert
1. In § 55 Abs. 2 Nr. 3, § 128 Abs. 1 und § 135 Abs. 1 wird die Angabe „§ 13 Abs. 2“ durch die Angabe „§ 8 Abs. 3“ ersetzt.	
2. In § 141 wird die Angabe „§ 24“ durch die Angabe „§ 14“ ersetzt.	
(6) In § 301 Abs. 2 des Strafgesetzbuches in der Fassung der Bekanntmachung vom 13. November 1998 (BGBl. I S. 3322), das zuletzt durch Art. 1 des Gesetzes vom 22. August 2002 (BGBl. I S. 3390) geändert worden ist, wird die Angabe „§ 13 Abs. 2 Nr. 1, 2 und 4“ durch die Angabe „§ 8 Abs. 3 Nr. 1, 2 und 4“ ersetzt.	(6) unverändert
(7) § 9 des Rindfleischetikettierungsgesetzes vom 26. Februar 1998 (BGBl. I 1998, S. 380), das zuletzt durch Artikel 199 Abs. 5 der Verordnung vom 29. Oktober 2001 (BGBl. I S. 2785) geändert worden ist, wird wie folgt geändert:	(7) unverändert

Entwurf

1. In Absatz 1 wird die Angabe „§ 13 Abs. 2“ durch die Angabe „§ 8 Abs. 3“ ersetzt.
2. In Absatz 4 Satz 2 wird die Angabe „§ 852 Abs. 2“ durch die Angabe „§ 203“ ersetzt.

(8) In § 1 der *Unterlassungsklagenverordnung* vom 3. Juli 2002 (BGBl. I 2002, 2565) wird die Angabe „§ 13 Abs. 7“ durch die Angabe „§ 8 Abs. 5 Satz 1“ ersetzt.

Beschlüsse des 6. Ausschusses

(8) In § 1 der **Unterlassungsklageverordnung** vom 3. Juli 2002 (BGBl. I 2002, 2565) wird die Angabe „§ 13 Abs. 7“ durch die Angabe „§ 8 Abs. 5 Satz 1“ ersetzt.

(9) Die Preisangabenverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 18. Oktober 2002 (BGBl. I S. 4197) wird wie folgt geändert:

1. § 1 wird wie folgt geändert:

a) In Absatz 1 Satz 1 werden die Wörter „unabhängig von einer Rabattgewährung“ gestrichen.

b) Absatz 2 Satz 2 und 3 werden wie folgt gefasst:

„Fallen zusätzlich Liefer- und Versandkosten an, so ist deren Höhe anzugeben. Soweit die vorherige Angabe dieser Kosten in bestimmten Fällen nicht möglich ist, sind die näheren Einzelheiten der Berechnung anzugeben, auf Grund derer der Letztverbraucher die Höhe leicht errechnen kann.“

2. In § 2 Abs. 1 Satz 1 werden die Wörter „unabhängig von einer Rabattgewährung“ gestrichen.

3. In § 5 Abs. 1 Satz 1 wird die Angabe „§ 1 Abs. 2“ durch die Angabe „§ 1 Abs. 3“ ersetzt.

4. In § 6 Abs. 1 Satz 1 wird die Angabe „(§ 1 Abs. 4)“ durch die Angabe „(§ 1 Abs. 5)“ ersetzt.

5. § 7 Abs. 4 wird wie folgt neu gefasst:

„(4) Kann in Gaststätten- und Beherbergungsbetrieben eine Telekommunikationsanlage benutzt werden, so ist der bei Benutzung geforderte Preis je Minute oder je Benutzung in der Nähe der Telekommunikationsanlage anzugeben.“

6. § 9 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 2 wird wie folgt neu gefasst:

„(2) § 1 Abs. 1 und § 2 Abs. 1 sind nicht anzuwenden auf individuelle Preisnachlässe sowie auf nach Kalendertagen zeitlich begrenzte und durch Werbung bekannt gemachte generelle Preisnachlässe.“

b) Absatz 5 Nr. 1 wird aufgehoben und die bisherigen Nummern 2, 3 und 4 werden die neuen Nummern 1, 2 und 3.

7. § 11 wird aufgehoben.

Entwurf

§ 21
Rückkehr zum einheitlichen Verordnungsrang

Die auf § 20 Abs. 8 beruhenden Teile der *Unterlassungsklagenverordnung* können auf Grund der einschlägigen Ermächtigungen durch Rechtsverordnung geändert werden.

Beschlüsse des 6. Ausschusses

§ 21
Rückkehr zum einheitlichen Verordnungsrang

Die auf § 20 Abs. 8 **und 9** beruhenden Teile der **dort genannten Verordnungen** können auf Grund der einschlägigen Ermächtigungen durch Rechtsverordnung geändert werden.

Entwurf

§ 22
Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am Tage nach der Verkündung in Kraft. Gleichzeitig tritt das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb in der im Bundesgesetzblatt Teil III, Gliederungsnummer 43-1, veröffentlichten bereinigten Fassung, zuletzt geändert durch Artikel 6 des Gesetzes vom 23. Juli 2002 (BGBl. I S. 2850), außer Kraft.

Beschlüsse des 6. Ausschusses

§ 22
unverändert

Bericht der Abgeordneten Dirk Manzewski, Ingo Wellenreuther, Jerzy Montag und Rainer Funke

I. Überweisung

Der Deutsche Bundestag hat den Gesetzentwurf auf Drucksache 15/1487 in seiner 63. Sitzung am 25. September 2003 in erster Lesung beraten und zur federführenden Beratung dem Rechtsausschuss und zur Mitberatung dem Ausschuss für Wirtschaft und Arbeit, dem Ausschuss für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft, dem Ausschuss für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie dem Ausschuss für Tourismus überwiesen.

II. Stellungnahmen der mitberatenden Ausschüsse

Der **Ausschuss für Wirtschaft und Arbeit** hat die Vorlage in seiner 53. Sitzung am 24. März 2004 beraten und mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP beschlossen zu empfehlen, den Gesetzentwurf in der Fassung der Beschlussempfehlung anzunehmen. Der Ausschuss hat darüber hinaus beschlossen zu empfehlen, die Änderungsanträge der Fraktion der FDP mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP abzulehnen.

Der **Ausschuss für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft** hat die Vorlage in seiner 38. Sitzung am 24. März 2004 beraten und mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP beschlossen zu empfehlen, den Gesetzentwurf in der Fassung der Beschlussempfehlung anzunehmen.

Der **Ausschuss für Familie, Senioren, Frauen und Jugend** hat die Vorlage in seiner 30. Sitzung am 24. März 2004 beraten und mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP beschlossen zu empfehlen, den Gesetzentwurf in der Fassung der Beschlussempfehlung anzunehmen.

Der **Ausschuss für Tourismus** hat die Vorlage in seiner 38. Sitzung am 24. März 2004 beraten und mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP beschlossen zu empfehlen, den Gesetzentwurf in der Fassung der Beschlussempfehlung anzunehmen. Die Änderungsanträge der Fraktion der FDP empfahl der Ausschuss abzulehnen. Der Änderungsantrag zu § 4 Nr. 11 wurde mit den Stimmen der Fraktion der SPD gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP bei Stimmenthaltung der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN abgelehnt. Der Änderungsantrag zu § 7 Abs. 2 Nr. 2 wurde mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktion der FDP und 2 Stimmen aus der Fraktion der CDU/CSU bei Stimmenthaltung der übrigen Mitglieder der Fraktion der CDU/CSU abgelehnt. Der Änderungsantrag zu § 10 wurde mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktion der FDP bei Stimmenthaltung der Fraktion der CDU/CSU abgelehnt.

III. Beratung im Rechtsausschuss

Der Rechtsausschuss hat den Gesetzentwurf in seiner 28. Sitzung am 15. Oktober 2003 beraten und beschlossen, am 14. Januar 2004 eine öffentliche Anhörung durchzuführen. An dieser Anhörung haben folgende Sachverständige teilgenommen:

Prof. Dr. Joachim Bornkamm	Richter am Bundesgerichtshof, Karlsruhe
Patrick von Braunmühl	Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., Berlin
Armin Busacker	Rechtsanwalt, Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e. V., Berlin
Jürgen Dax	Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Textileinzelhandels e. V., Köln
Dr. Walter Deuss	Präsident der Bundesarbeitsgemeinschaft der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels e. V., Berlin
Dr. Erhard Keller	Rechtsanwalt, Düsseldorf
Prof. Dr. Helmut Köhler	Ludwig-Maximilians-Universität München
Dr. Stefan M. Knoll	Deutscher Direktmarketing Verband e. V., Wiesbaden

Hinsichtlich der Ergebnisse der Anhörung wird auf das Protokoll der 38. Sitzung des Rechtsausschusses mit den anliegenden Stellungnahmen der Sachverständigen verwiesen.

Der **Rechtsausschuss** hat die Vorlage in seiner 43. Sitzung am 24. März 2004 abschließend beraten und mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP beschlossen zu empfehlen, den Gesetzentwurf in der Fassung der Beschlussempfehlung anzunehmen.

Die **Fraktion der FDP** stellte fest, dass die Novellierung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb eine lange Geschichte habe und es daher grundsätzlich zu begrüßen sei, dass dieses Projekt nun zu einem Ende komme. Aus Sicht der Fraktion der FDP sei die nun gefundene Lösung allerdings nicht zu befürworten. Aus gesetzessystematischer Sicht sei die im Gesetzentwurf vorgesehene Abkehr vom ausschließlichen Schutz der Gewerbetreibenden untereinander dahin gehend durchbrochen worden, dass nun auch der Verbraucher geschützt werden solle. Nach Auffassung der Fraktion der FDP sei es jedoch nicht sinnvoll, das Ziel des Verbraucherschutzes innerhalb dieses Gesetzes erreichen zu wollen. Rechtssystematisch verfehlt sei darüber hinaus der neue Gewinnabschöpfungsanspruch. Hier sei eine Lösung gewählt worden, die ein Einfallstor für amerikanische Verhältnisse schaffe und daher abzulehnen sei. Auch die Regelung zum Telefonmarketing könne nicht unterstützt werden. Zwar seien wesentliche Elemente der Rechtsprechung in die

Regelung aufgenommen worden, aber nach Auffassung der Fraktion der FDP sei das Telefonmarketing eine von vielen möglichen Werbemaßnahmen, zu der man der Wirtschaft keine Vorgaben machen wolle. Aus diesen Gründen sei es der Fraktion der FDP nicht möglich, den Gesetzentwurf, der durchaus seine guten Seiten habe, mitzutragen.

Die Fraktion der FDP stellte drei Änderungsanträge:

1. *In § 4 Nr. 11 sind nach dem Wort „Marktverhalten" die Wörter „oder den Marktzutritt" einzufügen:*

Begründung

Hierdurch soll erreicht werden, dass auch Verstöße gegen gesetzliche Vorschriften, die im Interesse der Marktteilnehmer den Marktzutritt regeln, als unlautere Wettbewerbshandlung gelten. Dies ist erforderlich, um insbesondere der exzessiven erwerbswirtschaftlichen Betätigung von Gemeinden in immer neuen Bereichen, z. B. beim Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau, Grenzen zu ziehen. Die in die Gemeindeordnungen der Länder eingeführten Subsidiaritätsklauseln laufen vielfach leer, da sie von den Verwaltungsgerichten nicht als drittschützend angesehen werden. Privatwirtschaftliche Unternehmen haben deshalb nach geltendem Recht häufig keine Möglichkeit, sich gegen einen die Grenzen der jeweiligen Gemeindeordnung überschreitenden Marktzutritt kommunaler Wirtschaftsunternehmen zu wehren. Dass insoweit ein Rechtsschutzdefizit besteht, wird auch von der Bundesregierung anerkannt. Jedoch ist der Hinweis auf die Länder, die ihre gemeindewirtschaftlichen Subsidiaritätsklauseln mit einer drittschützenden Wirkung versehen könnten, wenig überzeugend. Die Länder werden hieran regelmäßig kein Interesse haben, da sie anderenfalls „ihren Kommunen" die Möglichkeit nehmen würden, durch erwerbswirtschaftliche Betätigung zusätzliche Einnahmequellen zu erschließen. Auch begegnet eine entsprechende Regelung im UWG keinen systematischen Bedenken. Den gemeindewirtschaftlichen Subsidiaritätsklauseln kommt eine zumindest sekundäre Schutzfunktion zu Gunsten des Wettbewerbs zu, so dass es gerechtfertigt erscheint, Verstöße hiergegen als wettbewerbswidrig einzustufen und betroffenen Unternehmen einen Unterlassungsanspruch zuzubilligen.

2. *In § 7 Abs. 2 ist Nr. 2 wie folgt zu fassen:*

„2. bei einer Werbung mit Telefonanrufen gegenüber Verbrauchern und gegenüber sonstigen Marktteilnehmern gegen deren ausdrücklichen Willen;"

Begründung

Bei der Telefonwerbung hat sich die Bundesregierung unter Berufung auf die 1970 begründete und seitdem unverändert praktizierte Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs für ein Opt-in entschieden. Die prinzipiell skeptische Beurteilung der Telefonwerbung mag in der Vergangenheit einen berechtigten Kern gehabt haben. Seit In-Kraft-Treten des Schuldrechtsmodernisierungsgesetzes stehen dem Verbraucher jedoch individuelle Rechtsbehelfe des Zivilrechts vor unbedachten oder übereilten Geschäftsabschlüssen zur Verfügung (§§ 312 ff. BGB), so dass es der generell-präventiven Regulierungsfunktion der Wettbewerbsordnung insoweit nicht mehr bedarf. Hinzu kommt, dass die Telefonwerbung in § 312b BGB anderen Vertriebsformen gleich gestellt wird. Hierin liegt eine prinzipielle Anerkennung der Zulässigkeit der Telefonwerbung begründet. Es widerspräche dem Gedanken der Einheit der Rechtsordnung, Telefonwerbung zivilrechtlich anders zu behandeln als wettbewerbsrechtlich. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass werbliche Äußerungen von Unternehmern den Schutz der Meinungsfreiheit des Art. 5 GG genießen. Zwar schützt Art. 5 GG auch die negative Informationsfreiheit des Angerufenen, doch geht diese dem Schutz der Meinungsfreiheit des Anbieters von Telefonwerbung nicht vor; die Rechtsgüter sind vielmehr gleichwertig. Schließlich ist zu berücksichtigen, dass das Verbraucherleitbild im Wettbewerbsrecht in der jüngsten Vergangenheit einen grundlegenden Wandel erfahren hat. Maßstab sind nicht länger besonders schutzbedürftige oder untypische Verbraucher. Abzustellen ist vielmehr auf den Durchschnittsverbraucher. Der Durchschnittsverbraucher aber ist in der Lage, mit Telefonwerbung angemessen umzugehen.

Die Opt-in-Lösung der Bundesregierung schwächt Wachstumspotenziale und gefährdet Arbeitsplätze, da in den meisten anderen EU-Staaten die liberalere und wirtschaftsfreundlichere Opt-out-Regelung gilt. Bleibt es beim Opt-in, wird das neue UWG das Ziel, innerhalb der EU Maßstäbe zu setzen, verfehlen, denn die europäischen Nachbarn werden sich die Wettbewerbsvorteile, die sich für sie aus dem Opt-out ergeben, nicht nehmen lassen.

3. *§ 10 ist zu streichen.*

Begründung

Die Aufnahme des Gewinnabschöpfungsanspruchs in das UWG begegnet erheblichen rechtssystematischen Bedenken. Die Abschöpfung wettbewerbswidrig erwirtschafteter Gewinne durch Verbände an den Bundeshaushalt hat zumindest auch strafrechtlichen Charakter. Die Abschöpfung liegt zudem im Haushaltsinteresse des Bundes und im Interesse der Verbände. Dies führt zu einer systemwidrigen Vermengung von Strafe, Unlauterkeit, Haushaltsinteressen und Belangen der Verbände.

Hinzu kommen praktische Bedenken. Die Ermittlung des abzuschöpfenden Gewinns wird große Schwierigkeiten bereiten und mit erheblichen Unsicherheiten und Unzulänglichkeiten behaftet sein. Probleme, die, wenn überhaupt, nur mit hohem finanziellem und zeitlichem Aufwand lösbar sein werden.

Der Rechtsausschuss lehnte den Änderungsantrag zu § 4 Nr. 11 mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktionen der CDU/CSU und FDP ab. Die Änderungsanträge zu § 7 Abs. 2 Nr. 2 und zu §10 wurden mit den Stimmen der Fraktionen SPD und BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN gegen die Stimmen der Fraktion der FDP bei Stimmenthaltung der Mitglieder der Fraktion der CDU/CSU abgelehnt.

Die **Fraktion der SPD** bedauerte, dass es trotz konstruktiver Beratungen zu diesem Gesetzentwurf nicht zu einer Einigung gekommen sei. Dies beruhe allerdings auf grundsätzlich unterschiedlichen Standpunkten, die sich insbesondere an vier Punkten festmachten. So sei im Fall des Telefonmarketings das umgesetzt worden, was heute gängige Rechtsprechung sei. Würde man das Telefonmarketing dagegen zulassen, wären sämtliche Konkurrenten eines Unter-

nehmens ebenfalls gezwungen, auf diese Weise zu werben mit dem Ergebnis, dass der Verbraucher unerträglich belästigt würde. Gleichzeitig sei es selbstverständlich möglich, eine ausdrückliche Erlaubnis zur telefonischen Werbung zu erteilen. Ebenfalls möglich sei es beispielsweise im Fall einer Gesetzesänderung, dass das Versicherungsunternehmen seinen Kundenstamm über diese Änderung informiere in der berechtigten Annahme, dass dies auch im Interesse der Kunden liege. Wenig sinnvoll sei nach Auffassung der Fraktion der SPD die Konstruktion der so genannten Robinsonliste, die unverbindlich wäre und daher keinen echten Schutz bieten könnte. Da der Gesetzestext sich an der aktuellen Rechtsprechung orientiere, sei die Behauptung einiger Unternehmen, ihre Stellung würde durch das Gesetz verschlechtert, nicht zutreffend. Hinsichtlich der ebenfalls kritisierten Abschaffung der institutionalisierten Winter- bzw. Sommerschlussverkäufe biete sich nach der Aufhebung der entsprechenden Regelung im Rabattgesetz im Rahmen einer stringenten Rechtspolitik keine andere Möglichkeit. Zu befürworten sei auch die neue Regelung des Gewinnabschöpfungsanspruchs, da sie eine Möglichkeit schaffe, bei unlauteren Handlungen, die beim einzelnen Verbraucher zwar nur einen äußerst geringen Schaden verursachten, bei dem handelnden Unternehmen jedoch einen hohen Gewinn bewirkten und somit den Konkurrenten dieses Unternehmens einen erheblichen Schaden zufügten, in Zukunft gegen das unlauter handelnde Unternehmen vorgehen zu können. Dies sei lediglich bei vorsätzlichem wettbewerbswidrigen Verhalten des Unternehmens möglich und nach Aussagen der Sachverständigen in der Anhörung des Rechtsausschusses für die Praxis auf der Grundlage der bestehenden Regelungen des BGB handhabbar. Schließlich sei kritisiert worden, dass die ursprünglich vorgesehene Regelung über die wirtschaftliche Betätigung von Kommunen nun doch nicht in das UWG aufgenommen worden sei. Das UWG sei nach Auffassung der Fraktion der SPD jedoch nicht der geeignete Ort, um diese Frage zu regeln.

Die **Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN** ergänzte, dass weiterhin hervorzuheben sei, dass der Verbraucherschutz erstmals Eingang in das UWG gefunden habe. So würden nun die Opfer des unlauteren Wettbewerbs ebenfalls im Gesetz erwähnt und in seinen Schutzbereich mit einbezogen. Auch die Einführung des Gewinnabschöpfungsanspruchs sei eine positive Neuerung, die erstmals ein scharfes rechtliches Schwert im Kampf gegen den unlauteren Wettbewerb zur Verfügung stelle. Hervorzuheben sei weiterhin, dass es gelungen sei, im Gesetz die menschenverachtende Werbung als eine typische Unlauterkeitshandlung festzuschreiben. Hierdurch werde klargestellt, dass der hohe Rang der menschlichen Würde auch im Wettbewerb zu achten und zu wahren sei. Zurückzuweisen sei das Argument im Änderungsantrag der Fraktion der FDP, dass der neue Gewinnabschöpfungsanspruch strafrechtlichen Charakter habe. Dies wäre nur dann der Fall, wenn dem Unternehmen mehr genommen würde als es durch die unlautere Handlung erlangt habe. Dies sei aber gerade nicht der Fall. Anders als die Fraktion der FDP, die hier eine systemwidrige Vermengung von Strafe, Unlauterkeit, Haushaltsinteressen und Belangen der Verbände sehe, führe diese Koppelung der Klageberechtigung der Verbände auf der einen und die Nutznießerposition des Bundeshaushalts auf der anderen Seite nach Auffassung der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN zu einer sachgerechten Problemlösung. Der abgeschöpfte Betrag komme dem Bundeshaushalt und damit dem Staat zugute, der aber selbst keine Möglichkeit zu klagen habe. Die Verbraucherverbände dagegen hätten zwar die Klagebefugnis, nicht jedoch den finanziellen Nutzen ihrer Aktivitäten. Auch die Umsetzung des Gewinnabschöpfungsanspruchs könne mit den bestehenden rechtlichen Instrumentarien ohne weiteres erfolgen. So bestehe bereits nach geltendem Recht die Möglichkeit, die entsprechenden Informationen vom beklagten Unternehmen zu erhalten. Im weiteren Gang des Verfahrens sei es schließlich auf der Grundlage von § 287 BGB möglich, den erzielten Gewinn zu schätzen. Im Bereich der Telefonwerbung könne unmöglich mit der Novellierung des Gesetzes das durch die Rechtsprechung erarbeitete Schutzniveau für die Verbraucher herabgesetzt werden. Andernfalls würden die Unternehmen dazu übergehen, systematisch ungewollte Telefonwerbung durchzuführen.

Die **Fraktion der CDU/CSU** betonte die Bedeutung des UWG als eine der wesentlichen Rahmenbedingungen für die wirtschaftliche Tätigkeit in Deutschland. Die Tatsache aber, dass weder die Verbraucherschützer noch die Wirtschaft mit der Ausgestaltung des Gesetzentwurfs zufrieden seien, müsse als Indiz dafür gewertet werden, dass die Regelung problematisch sei. Zu kritisieren sei zum Beispiel die Ausgestaltung des Gewinnabschöpfungsanspruchs. Zwar sei die Neutralisierung eines auf unlautere Weise erlangten Vorteils ordnungspolitisch geboten und die Intention des Gewinnabschöpfungsanspruchs daher zu begrüßen, doch sei der vorgelegte Gesetzentwurf nicht ausgereift. So werde es auf Jahre hinaus Rechtsunsicherheit hinsichtlich der Anwendung des Gewinnabschöpfungsanspruchs geben. Die von den Koalitionsfraktionen befürwortete Regelung treffe weder Aussagen über die Verteilung der Beweislast noch über die Möglichkeit, eine Kausalität beispielsweise zwischen einer irreführenden Werbung und dem nachfolgenden Umsatz des Unternehmens festzustellen. Ebenfalls ungeklärt bleibe die Frage, in welchem Umfang das Unternehmen verpflichtet sei, interne Daten, die dem jeweiligen Betriebsgeheimnis unterliegen könnten, offen zu legen. Im Bereich des Telefonmarketings sei der Ansatz sachgerecht, ein Recht des Angerufenen, in Ruhe gelassen zu werden, anzunehmen. Die Frage sei aber, ob die gewählte Regelung dem Standort Deutschland nicht auf Dauer schade. So enthalte der Vorschlag für eine EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken die Regelung, dass zukünftig nicht mehr der Marktort, sondern der Unternehmenssitz für das anzuwendende Recht entscheidend sein solle. Wenn demnach Telefonmarketing im Ausland erlaubt, in Deutschland aber verboten wäre, würden die entsprechenden Unternehmen zur Umsiedlung ins Ausland gezwungen sein. Auf diese Weise gelinge es weder, die Rechtsentwicklung in anderen europäischen Staaten noch auf EU-Ebene zu beeinflussen. Schließlich müsse der Verzicht auf eine Regelung zur kommunalrechtswidrigen privatrechtlichen Tätigkeit von Gemeinden kritisiert werden. Eine solche Regelung sei im Referentenentwurf enthalten gewesen und vom Bundesrat nachdrücklich befürwortet worden. Es sei nicht nachzuvollziehen, wieso durch dieses Gesetz das Marktverhalten reguliert, der Marktzutritt aber offen bleiben solle. Aus den genannten Gründen halte die Fraktion der CDU/CSU den Gesetzentwurf für unausgereift und lehne ihn daher ab.

IV. Zur Begründung der Beschlussempfehlung

Soweit der Rechtsausschuss den Gesetzentwurf unverändert angenommen hat, wird auf die Begründung in der Drucksache 15/1487, S. 15 ff. verwiesen. Die vom Ausschuss empfohlenen Änderungen des Gesetzentwurfs werden wie folgt begründet:

1. Allgemeines

Mit Änderungsempfehlungen des Rechtsausschusses werden die in der Stellungnahme des Bundesrates enthaltenen Änderungsanregungen und sprachlichen Verbesserungsvorschläge teilweise aufgegriffen. Darüber hinaus erfolgen Änderungen der Regelung des Gewinnabschöpfungsanspruchs, die im Wesentlichen eine Vereinfachung des Verfahrens bezwecken. Der Beispielskatalog unlauterer Wettbewerbshandlungen wird um die menschenverachtende Werbung ergänzt. Daneben erfolgen geringfügige sprachliche oder redaktionelle Änderungen.

Die Änderung der Preisangabenverordnung (PAngV) dient vor allem der Anpassung des Preisangabenrechts an die Neufassung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb.

2. Im Einzelnen

Zu Kapitel 1

Zu § 2 Abs. 1

Zu Nummer 3

Durch die Änderung soll klargestellt werden, dass die Mitbewerbereigenschaft ein konkretes Wettbewerbsverhältnis voraussetzt.

Zu Nummer 4

Es handelt sich um eine redaktionelle Änderung.

Zu § 3

Es handelt sich um sprachliche Verbesserungen. Durch die Einfügung des Wortes „nur“ wird klarer zum Ausdruck gebracht, dass nicht unlautere Wettbewerbshandlungen zu einem beachtlichen Teil legalisiert werden, sondern lediglich die Verfolgung von Bagatellfällen ausgeschlossen wird.

Zu § 4 Nr. 1

Durch die Änderung wird klargestellt, dass eine menschenverachtende Werbung eine typische Unlauterkeitshandlung darstellt. Der hohe Rang der menschlichen Würde, die durch Artikel 1 des Grundgesetzes geschützt ist, erfordert ihre Achtung und Wahrung auch im Wettbewerb. Wettbewerbshandlungen sind dann menschenverachtend, wenn sie dem Betroffenen durch Erniedrigung, Brandmarkung, Verfolgung, Ächtung oder andere Verhaltensweisen seinen Achtungsanspruch als Mensch absprechen.

Demgegenüber begründet eine bloß geschmacklose Werbung als solche noch nicht die Unlauterkeit. Über das Wettbewerbsrecht kann und soll keine Geschmackszensur ausgeübt werden. Entsprechend der Rechtsprechung zur diskriminierenden Werbung auf der Grundlage von § 1 UWG a. F. können aber gleichwohl Übertreibungen der Werbung mit anzüglich-obszönen Themen im Einzelfall den Tatbestand der Unlauterkeit erfüllen (vgl. hierzu Köhler/Piper, UWG, 3. Auflage, § 1 Rn. 352 f.). Die unterschiedlichen Fallkonstellationen verbieten eine generalisierende Betrachtung. Eine Feststellung der Unlauterkeit erfordert eine konkrete Würdigung des Einzelfalls unter Beachtung insbesondere des Grundrechts der Meinungsfreiheit nach Artikel 5 Abs. 1 des Grundgesetzes (vgl. hierzu den Beschluss des Bundesverfassungsgerichts vom 11. März 2003, NJW 2003, 1303).

Zu § 7

Zu Absatz 2 Nr. 4

Es handelt sich um eine sprachliche Verbesserung. Nachdem bereits die Nachricht so definiert ist, dass sie über einen elektronischen Kommunikationsdienst ausgetauscht werden muss, ist das zusätzliche Wort „elektronischen“ überflüssig.

Zu Absatz 3

Durch die Änderungen wird die Vorschrift klarer und leichter verständlich. Zudem soll klargestellt werden, dass es sich um einen Ausnahmetatbestand zu Absatz 2 Nr. 3 handelt. Datenschutzrechtliche Bestimmungen bleiben unberührt.

Zu Kapitel 2

Zu § 8 Abs. 2

Es handelt sich um eine sprachliche Verbesserung.

Zu § 10

Zu Abs. 1

Durch die Ersetzung des Begriffs „auf Kosten“ durch die Wörter „zu Lasten“ soll klargestellt werden, dass der Gewinnabschöpfungsanspruch nicht die Ermittlung von einzelfallbezogenen Nachteilen voraussetzt. Vielmehr ist es erforderlich, aber auch ausreichend, dass durch die Zuwiderhandlung bei einer Vielzahl von Abnehmern eine wirtschaftliche Schlechterstellung eingetreten ist.

Die weitere Änderung regelt, dass der Gewinn direkt an den Bundeshaushalt zu leisten ist. Dies führt zu einer Vereinfachung des Verfahrens, da die Zahlungs- und damit auch eventuelle Rückzahlungswege abgekürzt werden.

Zu Absatz 2

Es handelt sich um eine Folgeänderung auf Grund der Änderung. Wenn der Gewinn direkt an den Bundeshaushalt abgeführt wird, so muss der direkte Zahlungsweg auch für die Rückzahlungsansprüche gelten.

Zu Absatz 4

Es handelt sich um eine Folgeänderung auf Grund der Änderung. Wenn der Gewinn direkt an den Bundeshaushalt abgeführt wird, so müssen dann auch die Anspruchsberechtigten ihren Erstattungsanspruch gegen die zuständige Stelle des Bundes richten können. Durch Satz 3 wird klargestellt, dass der Erstattungsanspruch auf die Höhe des abgeführten Gewinns begrenzt ist. Der Anspruch besteht weiterhin von

vornherein nicht, wenn die Geltendmachung des Anspruchs erfolglos war.

Zu Absatz 5

Durch Satz 1 wird das Bundesverwaltungsamt als zuständige Behörde für die Abwicklung der Herausgabe des abgeführten Gewinns an den Bundeshaushalt bestimmt. Das Bundesverwaltungsamt ist eine geeignete Behörde, da es bereits die Liste der qualifizierten Einrichtungen nach § 4 des Unterlassungsklagegesetzes (UKlaG) führt und zu erwarten ist, dass gerade diese Einrichtungen von der Klagemöglichkeit zur Geltendmachung des Gewinnabschöpfungsanspruchs Gebrauch machen werden.

Die im Regierungsentwurf vorgesehene Rechtsverordnungsermächtigung bleibt insoweit aufrechterhalten, als die Bundesregierung durch Satz 2 ermächtigt wird, die Zuständigkeitsbestimmung durch Rechtsverordnung zu ändern.

Zu § 11

Durch die Änderung von Absatz 1 soll die kurze Verjährungsfrist nicht für den Gewinnabschöpfungsanspruch gelten. Für den Anspruch auf Gewinnabschöpfung bestünde bei einer kurzen Verjährungsfrist vielmehr die Gefahr, dass die Effektivität dieses Instituts leidet, da es für die Gläubiger zum Teil außerordentlich schwierig wäre, die für die Geltendmachung des Anspruchs notwendigen Tatsachen innerhalb der kurzen Fristen zu ermitteln. Eine Gewinnabschöpfung ist aber nur dann sinnvoll, wenn der gesamte Verletzungstatbestand bekannt und abgeschlossen ist. Demgegenüber soll die kurze Verjährungsfrist auf den Anspruch auf Ersatz der erforderlichen Aufwendungen für die Abmahnung (§ 12 Abs. 1) erstreckt werden.

Durch die Änderung von Absatz 2 und die Anfügung der Absätze 3 und 4 soll die Verjährungsvorschrift hinsichtlich des Verjährungsbeginns und der absoluten Verjährungsfrist an die allgemeinen Regeln des Bürgerlichen Gesetzbuches angeglichen werden.

Zu Kapitel 3

Zu § 13 Abs. 1

Durch die Änderung soll eine ausschließliche sachliche Zuständigkeit der Landgerichte (Kammern für Handelssachen) in UWG-Sachen eingeführt werden. Der größte Teil von UWG-Sachen fällt streitwertbedingt bei den Landgerichten (Kammern für Handelssachen) an. Dort sind Sachverstand und Erfahrungswissen für diesen Bereich versammelt. Für den Richter am Amtsgericht bedeuten vereinzelte UWG-Sachen einen unverhältnismäßigen Einarbeitungsaufwand. Die geringe Zahl von Fällen lässt einen Aufbau UWG-spezifischer Erfahrung bei den Amtsgerichten nicht zu.

Zu § 14 Abs. 2 Satz 1

Durch die Änderung soll klargestellt werden, dass es sich bei der Regelung um ausschließliche Gerichtsstände handelt.

Zu § 15

Zu Absatz 2

Durch die Änderungen sollen die derzeit in § 27a Abs. 2 Satz 5 und 6 UWG enthaltenen Regelungen über die Ausschließung und Ablehnung von Mitgliedern der Einigungsstellen erhalten bleiben. Ihre Abschaffung mit der Begründung, dass eine Partei die Einigung ohnehin jederzeit ablehnen könne, minderte die Bedeutung und die Akzeptanz des Einigungsverfahrens, da eine Partei, die nach derzeitiger Rechtslage einen Ausschließungs- oder Ablehnungsgrund geltend machen kann, künftig praktisch gezwungen wäre, die Vermittlung der Einigungsstelle abzulehnen, auch wenn ihr an der Vermittlung durch eine neutrale Stelle sehr gelegen wäre. Darüber hinaus erfolgen sprachliche Anpassungen und Verbesserungen.

Zu Absatz 3

Durch die Änderung soll klargestellt werden, dass wie bisher die Zustimmung des Gegners nicht erforderlich ist.

Zu Absatz 5 – neu –

Durch die Änderung sollen die bislang in § 27a Abs. 5 UWG geregelten Zwangsbefugnisse der Einigungsstelle übernommen werden. Die Möglichkeit zur Verhängung von Ordnungsgeldern bei unentschuldigtem Fernbleiben einer Partei ist für die Einigungsstellen für Wettbewerbsstreitigkeiten bei den Industrie- und Handelskammern sinnvoll, wie die Industrie- und Handelskammern auch unter Berufung auf eine bei Handelsunternehmen durchgeführte Umfrage hervorheben. Andernfalls werden die Gewerbetreibenden den Weg des Streitbeilegungsverfahrens nicht mehr wählen, sondern sich in die Gefahr eines langwierigen und teuren gerichtlichen Verfahrens begeben. Auch kann den Unternehmern bzw. Unternehmensvertretern, die unentgeltlich ihren Sachverstand zur Verfügung stellen, wie auch den Vorsitzenden der Einigungsstellen, die gegen eine geringe Aufwandsentschädigung die Sitzungen leiten, nicht mehr zugemutet werden, ihre Zeit zu opfern, wenn das Erscheinen der Parteien nicht sichergestellt werden kann. Ohne die Möglichkeit zur Verhängung von Ordnungsgeldern steht zu befürchten, dass in Zukunft keine sachkundigen ehrenamtlichen Beisitzer bzw. Vorsitzenden mehr gewonnen werden können.

Zu den Absätzen 6 – neu – bis 8 – neu –

Es handelt sich um eine Folgeänderung auf Grund der Einfügung von Absatz 5 – neu –.

Zu Absatz 9 – neu – Satz 3

Es handelt sich um eine sprachliche Änderung.

Zu Absatz 10 – neu – Satz 3

Es handelt sich um eine Folgeänderung auf Grund der Einfügung von Absatz 5 – neu –.

Zu Absatz 11 – neu –

Durch die Einfügung der Wörter „durch Rechtsverordnung“ soll klargestellt werden, dass die Vorschrift zum Erlass von Rechtsverordnungen ermächtigt. Darüber hinaus erfolgen

Folgeänderungen auf Grund der Änderung durch Absatz 5 – neu –.

Zu Kapitel 4

Zu § 19 Abs. 2

Es handelt sich um eine redaktionelle Änderung.

Zu Kapitel 5

Zu § 20

Zu Absatz 4

Zu Nummer 1

Es handelt sich um eine redaktionelle Änderung.

Zu Nummer 5

Es handelt sich um eine Folgeänderung, die im Regierungsentwurf übersehen wurde.

Zu Absatz 8

Es handelt sich um eine redaktionelle Änderung.

Zu Absatz 9

Die Änderung der Preisangabenverordnung (PAngV) dient vor allem der Anpassung des Preisangabenrechts an die Neufassung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb. Die Aufhebung des Sonderveranstaltungsverbotes (§ 7 UWG) wird zur Folge haben, dass Sonderaktionen, die regelmäßig mit generellen Preisnachlässen verbunden sind, künftig saisonunabhängig durchgeführt werden können. Durch die neue Vorschrift des § 9 Abs. 2 PAngV wird das Preisangabenrecht im Interesse der betroffenen Unternehmen und der Verbraucher an die veränderten Verhältnisse angepasst.

Außerdem wird die Preistransparenz bei der Angabe von Liefer- und Versandkosten bei im Fernabsatz angebotenen Waren und Leistungen erhöht.

Die übrigen Änderungen der PAngV betreffen technische Anpassungen und Berichtigungen von Fehlern (§§ 5, 6, 7 und 11 PAngV).

Zu Nummer 1

a) Da individuelle Preisnachlässe künftig in § 9 Abs. 2 geregelt sein werden, bedarf es einer Regelung in § 1 Abs. 1 Satz 1 nicht mehr.

b) Im Zusammenhang mit § 1 Abs. 2 Satz 2, der zur genauen Angabe von Liefer- und Versandkosten verpflichtet, haben sich in der Praxis Durchführungsprobleme ergeben. Versandhandelsunternehmen sehen sich nicht in der Lage, jeweils für einzelne Waren exakte Angaben zu machen. In bestimmten Fällen, z. B. bei ins Ausland gehenden Sendungen oder bei Bestellungen, die mehrere Artikel umfassen, ist es nicht möglich, die genauen Versandkosten vorab zu bestimmen und anzugeben. Der neue Satz 3 sieht deshalb vor, dass in diesen Fällen die Pflicht zur Angabe der Versendungskosten entfällt. An ihre Stelle tritt die Verpflichtung des Versenders, dem Letztverbraucher Informationen zur Verfügung zu stellen, auf deren Grundlage er die Versendungskosten leicht errechnen kann.

Zu Nummer 2

Die Ausnahmeregelung wird in den neu gefassten § 9 Abs. 2 aufgenommen.

Zu Nummer 3

Mit der 4. Verordnung zur Änderung der PAngV (BGBl. I 2002 S. 4195) wurde § 1 Abs. 2 eingefügt, der preisangaberechtliche Pflichten bei Fernabsatzverträgen betrifft. Dadurch kam es zu einer Verschiebung der nachfolgenden Absätze, die bei Verweisungen in anderen Vorschriften der PAngV z. T. nicht berücksichtigt wurde. Diese Vorschriften, zu denen § 5 Abs. 1 Satz 1 gehört, sind nachträglich anzupassen.

Zu Nummer 4

Anpassung aus den unter Nummer 3 genannten Gründen.

Zu Nummer 5

Durch die 4. Verordnung zur Änderung der PAngV (BGBl. I a. a. O.) entfiel die Pflicht zur Anbringung eines Preisverzeichnisses in den Zimmern von Beherbergungsbetrieben. Ferner werden die in § 7 Abs. 4 verwandten Begriffe an die technischen Gegebenheiten angepasst.

Zu Nummer 6

a) Das heute geltende Preisangabenrecht würde die Einzelhandelsunternehmen – nach Wegfall des § 7 UWG – bei Sonderaktionen mit generellen Preisnachlässen dazu verpflichten, jeden einzelnen Artikel neu auszuzeichnen. Aufwand und Kosten für die Unternehmen wären sehr hoch, weil derartige Aktionen in der Regel das ganze Sortiment oder erhebliche Teile davon betreffen. Da für diese Aktionen regelmäßig mit pauschalen Werbeaussagen geworben wird (z. B. „Vom 1. August bis 15. August auf alle Artikel 20 % Nachlass“), kann die Neuauszeichnung der betroffenen Artikel (Preiskorrektur auf jedem Preisschild) außerdem irreführend sein. Es kann Unsicherheit darüber entstehen, ob der generelle Preisnachlass bei dem neu ausgezeichneten Preis bereits berücksichtigt ist oder noch abgezogen werden muss. Aufgrund der in § 9 Abs. 2 PAngV vorgeschlagenen neuen Regelung wird die Durchführung von Sonderaktionen in verbraucherfreundlicher Weise vereinfacht. Der Verbraucher erfährt durch Werbemaßnahmen (Zeitung, Prospekt, Tafeln in den Einzelhandelsgeschäften u. Ä.) von den angebotenen pauschalen Preisnachlässen, findet in den Verkaufsräumen Artikel mit „alten“, d. h. noch nicht reduzierten Preisen vor und erhält dann den Nachlass an der Kasse durch Abzug vom ausgezeichneten Preis.

   Die für Sonder- und Rabattaktionen vorgesehene Regelung in § 9 Abs. 2 begründet eine Ausnahme von den Grundsätzen des § 1 Abs. 1 PAngV (Endpreisangabe) und § 2 Abs. 1 PAngV (Grundpreisangabe) unter folgenden Voraussetzungen:

   Es muss sich um eine zeitlich begrenzte Aktion handeln. Gewöhnliche Preissenkungen ohne Befristung unterfal-

len also nicht dieser Ausnahmeregelung. Was im Einzelfall „zeitlich begrenzt“ bedeutet, muss individuell durch Auslegung unter Berücksichtigung des dem § 1 PAngV zu Grunde liegenden Normzwecks sowie der im betreffenden Wirtschaftszweig gegebenen Marktverhältnisse und Gepflogenheiten ermittelt werden. In Anlehnung an das alte, für Sonderverkäufe geltende Recht, kann in der Regel als Anhaltspunkt gelten, dass eine Rabattaktion im Einzelhandel, die sich über 10 bis 15 Werktage erstreckt, zeitlich befristet im Sinne des § 9 Abs. 2 PAngV ist. Für Transparenz bezüglich des Zeitfaktors sorgt der Umstand, dass der Anbieter seine Aktion nach Kalendertagen zeitlich zu begrenzen hat und dies auch in der Werbung angeben muss. Generell gilt, dass Sonderaktionen den Vorschriften des UWG entsprechen müssen. Bei über sehr lange Zeit durchgeführten Veranstaltungen, die gegenüber dem Verbraucher als Sonderaktion dargestellt werden, kann ein Verstoß gegen das Irreführungsverbot vorliegen.

Außerdem muss es sich um generelle Preisnachlässe handeln. Das sind Nachlässe, die einem bestimmten Personenkreis (z. B. allen Inhabern von Kundenkarten) oder jedermann angeboten werden.

Schließlich müssen die Preisnachlässe durch Werbung bekannt gemacht sein. Fehlt es an einer derartigen Bekanntmachung, greifen die Grundregeln des § 1 Abs. 1 und § 2 Abs. 1 PAngV ein, mit der Folge, dass die Preisangaben am einzelnen Artikel und ggf. die Grundpreisangaben vorzunehmen sind.

b) Die Vorschrift hat keine praktische Bedeutung erlangt.

Zu Nummer 7

Die Übergangsvorschrift des § 11 ist wegen des Verstreichens des Übergangszeitraumes (Ende: 30. Juni 2003) gegenstandslos geworden.

Zu § 21

Auf Grund der Änderungen der Preisangabenverordnung soll die so genannte Entsteinerungsklausel auf die Preisangabenverordnung erstreckt werden.

Berlin, den 24. März 2004

Dirk Manzewski
Berichterstatter

Ingo Wellenreuther
Berichterstatter

Jerzy Montag
Berichterstatter

Rainer Funke
Berichterstatter

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333